

۲۲، ۱۹۲۹



عوامل موثر بر خرید کفش ورزشی قلبی

مؤلف:

زهرا خواجه



سرشناسه : خواجه، زهرا، ۱۳۵۸ -
 عنوان و نام پدیدآور : عوامل موثر بر خرید کفش ورزشی تقلبی/ مولف زهرا خواجه
 مشخصات نشر : تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۰
 مشخصات ظاهری : ۷۱ ص.
 شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۳۰۵-۵-۲۵۰۰۰۰ ریال
 وضعیت فهرست نویسی : فیبا
 یادداشت : کتابخانه: ص. ۵۸ - ۶۶
 موضوع : کفش ورزشی
 موضوع : shoes Athletic
 رده بندی کنگره : ۷۴۹GV
 رده بندی دیویی : ۳۶/۶۵۸
 شماره کتابشناسی ملی : ۷۶۲۱۲۵۰
 وضعیت رکورد : فیبا

عنوان: عوامل موثر بر خرید کفش ورزشی تقلبی	سنجش و دانش www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir قیمت: ۲۵۰۰۰۰ ریال
مؤلف: زهرا خواجه	
ناشر: سنجش و دانش	
نوبت چاپ: چاپ اول - ۱۴۰۰	
تیراژ: ۳۰ نسخه	
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۰۵-۲۳۰۵-۵	
نشانی: میدان انقلاب. خیابان انقلاب. خیابان دانشگاه. پلاک ۱۲۶. تلفن: ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»	

فهرست مطالب

۱	فصل ۱) کلیات	۱
۲	۱ مقدمه	۲
۲	۱ بیان موضوع	۲
۵	۱ ضرورت و اولویت موضوع	۵
۶	۱ تعاریف	۶
۶	۱-۴-۱-۱ قصد خرید	۶
۶	۱-۴-۲-۱ نگرش نسبت به برندهای تقلبی	۶
۶	۱-۴-۳-۱ قیمت پایین	۶
۷	۱-۴-۴-۱ دسترسی آسان	۷
۷	۵-۴-۱ تجربه گذشته	۷
۸	فصل ۲) مبانی نظری و پیشینه	۸
۹	۲ مقدمه	۹
۱۰	۲ تقلب و کالاهای تقلبی	۱۰
۱۵	۲ دلایل رشد کالاهای تقلبی	۱۵
۱۵	۲-۳-۱ هزینه کم با فناوری بالا = سرمایه گذاری کم، سود بالا	۱۵
۱۶	۲-۳-۲ جهانی سازی و موانع کمتر تجاری	۱۶
۱۸	۲-۳-۳ مشارکت مصرف کننده	۱۸
۱۹	۲-۳-۴ گسترش کانال ها و بازارها	۱۹
۲۱	۲-۳-۵ برندهای قدرتمند در سراسر جهان	۲۱
۲۲	۲-۳-۶ ضعف اجرای بین المللی و ملی	۲۲
۲۲	۲-۳-۷ تعرفه و مالیات بالا	۲۲
۲۳	۲-۴-۱ پیامدهای تولید کالاهای تقلبی	۲۳
۲۵	۲-۵-۱ تئوری رفتار برنامه ریزی شده	۲۵
۲۷	۲-۶-۱ مفهوم قصد خرید	۲۷
۳۱	۲-۷-۱ مفهوم نگرش	۳۱
۳۴	۲-۸-۱ ابعاد نگرش	۳۴
۳۴	۲-۸-۲ جزء شناختی	۳۴
۳۵	۲-۸-۳ جزء احساسی	۳۵
۳۵	۲-۸-۴ جزء رفتاری	۳۵
۳۶	۲-۹-۱ نگرش نسبت به برندهای تقلبی	۳۶
۳۸	۲-۱۰-۱ قیمت پایین	۳۸